

NOVIEMBRE

2013 **MODELO DEL MES**
Los modelos más representativos de la exposición

Conjunto Balenciaga París, 1965

Por: Clara Nchama

Sala: "Cristóbal Balenciaga"

Domingos: 12:30 h.

Duración: 30 min.

Asistencia libre y gratuita



Textos

Clara Nchama

Licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Zaragoza, DEA en Historia del Arte y Estudios Visuales por la Université Paris III, Master en Gestión Cultural por la Universidad de Deusto y Postgrado en Gestión Cultural por la Universidad de Nueva York. Desde 2006 es técnico auxiliar de museos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, con destino en el Departamento de Difusión del Museo del Traje.

Coordinación y maquetación

M^a José Pacheco

Corrección de estilo

Ana Guerrero

NIPO: 030-13-003-2

“La moda necesita un nuevo maestro que haga a las mujeres libres como yo hice en mi día” (Paul Poiret)

Balenciaga París. Contexto

La década de los 50 es considerada como la de mayor esplendor de la Alta Costura, y coincide con el momento de expansión de la firma Balenciaga París.

En 1936 estalla la Guerra Civil española. Como es lógico, la guerra afectó a la vida política y ciudadana, pero también a la industria y al comercio nacional, y por lo tanto al funcionamiento de la casa EISA, fundada por Cristóbal Balenciaga en 1933, que tenía sedes en San Sebastián, Madrid y Barcelona. En ese momento Balenciaga ya era un modista de gran éxito comercial, en plena madurez profesional, con un conocimiento profundo del mundo de la Alta Costura, por lo que aprovechó la coyuntura para poner en marcha su plan de expansión internacional. Manteniendo abiertas sus casas en España, probó primero suerte, sin éxito, en Londres, pero su destino final sería París. En esta ciudad se convertiría en el “Rey de la costura parisina”, en el gran genio del mundo de la moda.

Balenciaga abrió su casa parisina el 7 de julio de 1937, momento en el que constituye una sociedad con Nicolás Bizcarrondo, emigrante donostiarra exiliado en París, y Wladzio Jaworowski d’Attainville, decorador franco-ruso y persona fundamental en la vida del modista. La empresa, que recibirá el sencillo nombre de BALENCIAGA, quedará instalada en la mítica dirección del nº 10 de la Avenue George V.

Tras presentar su primera colección en agosto de ese mismo año, su éxito, tanto con la prensa como en ventas, será imparable. Diana Vreeland, entonces editora de moda de *Harper’s Bazaar*, dijo de su primera colección: “Quizá nadie entró en París y controló la costura francesa como este español hizo con sus trajes y formas”.

El triunfo de Balenciaga se produce en un momento especial en el mundo de la moda. Tras la Segunda Guerra Mundial, muchas de las casas de Alta Costura habían cerrado. Europa se estaba reformulando y recibiendo ayudas externas para su reconstrucción económica, entre las que destaca la del Plan Marshall, con el que se animaba a los americanos a la compra de productos europeos, lo que a corto plazo benefició a la industria de la costura que conocerá un despegue a nivel internacional desde finales de la década de 1940 (fecha del lanzamiento de la primera colección de Christian Dior) hasta principios de los años 60.

Balenciaga compartió éxito con Christian Dior (1905 -1957). Ambos dominaban la Alta Costura parisina, aunque representaban dos enfoques diametralmente opuestos de lo que suponía el mundo de la moda y su gestión: mientras que Balenciaga era reservado, poco amigo de la prensa y de la publicidad comercial, Dior se convertía rápidamente en un personaje mediático que hacía suyas las técnicas del *marketing* y de la concesión de licencias. Pero ambas figuras contribuyeron a impulsar las marcas de lujo de moda, que por primera vez se convirtieron en universales, y se produjo un encuentro comercial entre los diseñadores parisinos -que viajaban a Nueva York para vender sus colecciones- y los

clientes americanos -que iban a París para vestirse cada temporada intentando empararse de la elegancia del viejo continente-. Esto tuvo mucho que ver con el hecho de que, en la postguerra, la viabilidad de la costura cambió al aumentar el coste del material y la mano de obra, lo que presionó a los modistos y fabricantes franceses, que se vieron forzados a desarrollar mercados extranjeros. También la aceleración de los modos y medios de comunicación contribuyó significativamente a que la moda se expandiera mucho más rápidamente.

América se convirtió en uno de los mayores mercados para las casas de Alta Costura francesa, y no solo por sus clientas adineradas: importantes grandes almacenes como Lydia Moss, Fortnum and Mason y Harrods en el Reino Unido; y Hattie Carnegie, Henri Bendel, Bloomingdales, Neiman Marcus, Saks, y Bergdorf Goodman, en Estados Unidos, compraban modelos de Balenciaga y otros *couturiers* para copiarlos y venderlos en sus tiendas. Estos compradores tenían el derecho de reproducir los modelos originales para sus clientas privadas hasta un máximo de cuarenta veces, tras mostrarlos en sus propios salones privados, como hacían los propios modistos. La diferencia estaba en el precio, ya que podían costar hasta un cuarto del precio del original. Estos compradores eran tan importantes para las cuentas de las casas de costura que, normalmente, el primer desfile de la temporada se organizaba para ellos; el siguiente, para las clientas privadas; y el último, para la prensa.

En el caso de Balenciaga, el número de prendas a medida para clientas privadas que salía de sus talleres era relativamente

pequeño (2.325 prendas en 1954, por ejemplo) por lo que casi con toda seguridad lo que sostuvo económicamente el negocio fueron los ingresos provenientes de los clientes mayoristas y detallistas.

Funcionamiento de la *Maison*

Al contrario de lo que sucedía en EISA en sus tres sedes españolas, los modelos que Balenciaga diseñaba en París se dirigían a una clientela internacional, y cada uno de ellos se identificaba con la etiqueta BALENCIAGA. 10 AVENUE GEORGES V. PARIS.

La *maison* parisina, que llegó a ocupar tres plantas del número 10 de la Avenue Georges V y dos del número 12, tenía diversas estancias que podían ser públicas, semipúblicas o privadas. En la planta baja se hallaba la tienda, en la que se vendían perfumes y accesorios y que hacía las veces de vestíbulo de acceso al “*sancta sanctorum*”, el salón principal del primer piso, al que era difícil de llegar, y cuyo acceso estaba franqueado por Madame Renée y la vendedora Madame Véra. Entrar en él “era como una pequeña audiencia con el papa”, comentó en una ocasión Rosamond Bernier, una de sus clientas. Una vez dentro, el salón principal era elegancia pura. De paredes blancas, la atmósfera era seria y, según Bernier, “reverencial, con un silencio como de catedral”.

Una casa de Alta Costura era una organización jerárquica basada en un sistema que remitía a los gremios medievales, desaparecidos tras la Revolución Francesa. Esta jerarquía comenzaba con el *couturier*, considerado como un artista y que representaba a toda la casa. Entre los trabajadores de la *maison* Balenciaga destacaban Ramón Esparza, que



Etiqueta de Alta Costura de vestido de cocktail. Colección Invierno, 1950. National Gallery of Victoria. Malbourne, Australia.

se encargaba del diseño de los sombreros, y Fernando Martínez Herreros, que colaboraba en el dibujo de los modelos. Junto a ellos, los dos aprendices de modisto, André Courrèges y Emmanuel Ungaro. Y, sobre todos ellos, la vendedora jefe, la *directrice*, la directora de la orquesta de un salón en el que llegaron a trabajar más de 500 personas: Renée Tamisier, la persona que dirigía las instalaciones, y que tuvo un importante papel en la gestión de la empresa hasta su cierre, como demuestra el hecho de que tuviera una parte importante en el accionariado de la misma a partir de 1955. Como la describían en su entorno, era “un puño de hierro en un guante de terciopelo”. Por debajo de la vendedora jefe estaban el resto de las *vendeuses*, que tenían la función

de guiar el gusto de las clientas, asegurándose de que fueran perfectamente vestidas.

Cada colección estaba formada por unas doscientas piezas, que cubrían las necesidades sociales de las compradoras (día, noche, coctel, *sport*) y se presentaban en desfiles que podían durar más de dos horas. Los modelos desfilaban en completo silencio, con un porte serio, llevando una cartulina blanca en la mano que identificaba el traje.

Las clientas

“Balenciaga fue maestro de sastres y maestro de modistos. Creía plenamente en la gracia y la dignidad de la mujer convirtiendo a cada una de sus fieles clientas en un ser extraordinario y único”. Diana Vreeland.

Los modelos de Balenciaga París eran muy caros. Vestidos de noche muy elaborados se vendían por unos 120.000FF, mientras que un traje de día costaba unos 35.000. Por ello, sus compradoras y clientas estaban entre las más ricas y elegantes del mundo y pertenecían a las élites de la política, la aristocracia y la cultura. Además de estas mujeres de la *jet set* glamurosa e internacional, que le proporcionaban sin duda una gran publicidad, también hubo una base significativa de compradoras “desconocidas”. Algunas le fueron



Emmanuel Ungaro probando un traje, 1963.
Archivos Balenciaga París.

leales durante veinte o treinta años; otras acudieron a él de manera intermitente o incluso una sola vez, como es el caso de la Marquesa de Santa Cruz, que combinaba sus balenciagas con accesorios de Chanel y viceversa, lo cual no agradaba nada al modisto.

Las clientas adoraban a Balenciaga por varios motivos. Su sentido de la proporción hacía que sus trajes quedasen perfectos. Sus ropas estaban maravillosamente construidas y elaboradas. “Si una mujer llegaba vestida con un vestido de Balenciaga”, decía Vreeland, “ninguna otra existía”. Como él mismo reconocía, “una mujer no necesita ser perfecta o bella para llevar uno de mis vestidos; el vestido lo hará por ella”. Mujeres como la *chic* Marquesa de Llanzol, la delgada Gloria Guinness y la atlética Doris Duke podían encargarse los mismos conjuntos que la diminuta Elizabeth Parker Firestone o la guionista Anita Loos.

También los defectos de sus clientas le llevaron a diseñar innovaciones: a principios de la década de 1950 diseñó el ingenioso cuello atrasado y suelto, cortado al bias, creado al parecer para ocultar el problema del cuello corto de Carmel Snow. Las mangas de tres cuartos también hacían parecer a las que las llevaban más delgadas y permitían enseñar los brazaletes.

Sobre la relación de Balenciaga con algunas de sus clientas y su entorno se ha profundizado más en los últimos años gracias a las exposiciones temporales dedicadas a cuatro de sus mejores compradoras: las americanas Mona Bismarck y Claudia Heard de Osborne y las españolas Sonsoles de Icaza, Marquesa de Llanzol y Meye Allende de Maier.

Mona Bismarck vistió de Balenciaga casi en exclusiva durante más de treinta años y adquiría entre cincuenta y ochenta prendas por temporada (ciento cuarenta en 1964). Claudia Heard de Osborne, heredera texana del petróleo casada con un magnate español del jerez, reunió una gran colección de trajes de Balenciaga legada a la Universidad de Texas. En España, la Marquesa de Llanzol era considerada una de las más elegantes de la sociedad madrileña del franquismo y fue una de las pocas españolas que viajaba a París a

comprar modelos del modista, del cual se vestía en exclusiva, desde la mañana a la noche. Otras grandes compradoras fueron la millonaria Barbara Hutton, que realizaba grandes encargos, y Grace Kelly, que también pasó por los salones de la Avenue George V; algunos de cuyos trajes pueden verse hoy en el Museo Balenciaga de Getaria.

Cristóbal Balenciaga. Biografía (Getaria, 1895 – Valencia, 1972)

Sobre la infancia, los primeros años de formación y el desarrollo de su carrera en San Sebastián, tenemos en la actualidad una valiosísima fuente de información, el libro de Miren Arzalluz Cristóbal Balenciaga, *La forja del maestro (1895–1936)*, publicado en 2010.

Hijo de marinero y costurera, tras la muerte de su padre, José Balenciaga, en 1906, su madre, Martina Eizaguirre, intensificó su trabajo como costurera para los visitantes importantes que, siguiendo los pasos de la familia real, pasaban la temporada estival en San Sebastián y en localidades cercanas, como Zarautz y Getaria. Entre esas clientas se encontraba la sofisticada Blanca Carrillo de Albornoz y Elio, Marquesa de Casa Torres, que veraneaba en su villa de Getaria, Vista Ona, actualmente sede del Museo Balenciaga. El joven acompañaba a su madre en sus tareas, y con ella daría directamente los primeros pasos para su futuro oficio.

Podemos decir que en cierto modo la Marquesa de Casa Torres fue una mecenas para el futuro modista ya que, gracias a sus contactos, este pudo colocarse como aprendiz en algunas de las mejores sastrerías de San Sebastián, especializadas en atender a la élite aristocrática y comerciante. Tras su



Boceto colección Verano, 1956. Figurín de André Courrèges. Archivos Balenciaga París.

ascenso como jefe de taller de confecciones en la sucursal de Les Grands Magazines du Louvre, comenzó a viajar a París como comprador. En estos viajes tuvo la oportunidad de aprender y absorber los métodos y técnicas de los grandes de la moda franceses.

Una vez finalizado su aprendizaje, en 1917 se establece por su cuenta con la ayuda de las hermanas Lizaso, en una sociedad que durará seis años. Su primera casa, en el nº 2 de la calle Vergara recibe el nombre de C. Balenciaga, y tendrá un enorme éxito desde el principio. En 1924 abre en solitario su propia casa en la Avenida Libertad. A éste le seguirán otros establecimientos: en 1927, EISA Costura, de alta modistería, en la que usaban tejidos menos lujosos y de precio más ajustado; en 1932, crea B.E. Costura, destinada a clientas de clase media-alta; en 1933, EISA B.E. Costura (transformada con posterioridad en EISA Costura) en San Sebastián; y posteriormente en Madrid y Barcelona. EISA será un auténtico éxito en España, y las tres sedes tendrán una intensa actividad: visten a ese grupo reducido de mujeres de rica vida social -cócteles, puestas de largo y fiestas numerosas-. En EISA, Balenciaga vestía por lo general a una clientela con menor poder adquisitivo que en París, y en su mayoría española, aunque también tuvo muchas clientas extranjeras, como es el caso de Ava Gardner, que se estableció en Madrid tras el rodaje de *Pandora y el holandés errante*; o Claudia Heard de Osborne, una de sus mejores y más fieles compradoras. Los modelos creados en EISA seguían los diseños de París, entre los que se hacía una selección de los modelos que se consideraban más adecuados para el mercado español, con

materiales españoles, lo que abarataba el precio final.

Instalado en París, su éxito continuó a lo largo de los años 40, incluyendo los complicados años de la Segunda Guerra Mundial, en los que la casa Balenciaga se mantuvo abierta con una actividad más restringida y sirviendo a una clientela mucho más reducida que pedía vestidos prácticos y versátiles.

Sus líneas más populares verían la luz durante los años 50, los de mayor apogeo de la casa, cuando las estructuras y formas creadas fueron haciéndose más audaces, innovadoras y abstractas: cinturas desdibujadas, blusas campesinas, blusas marineras, túnicas, vestidos saco... En esta década introdujo, entre otros, los vestidos-globo, la blusa y el traje semiajustados, y el vestido *Baby-doll*.

Pero el mundo de la de la Alta Costura cambió en la década de los 60, momento en el que se hizo imprescindible saber adaptarse a las necesidades de los jóvenes y sus hábitos de consumo y a los gustos de las mujeres liberadas. El *prêt-à-porter* comenzó a despegar con versiones menos caras de las colecciones de Alta Costura, con diseños frescos y medidas estándar que eran vendidos directamente en las tiendas, todo ello dirigido a un público más amplio y menos adinerado.

En los años 60, la influencia de Balenciaga era aún importante, pero sus creaciones no terminaban de adaptarse a los tiempos. La prensa estaba cada vez más interesada en el *prêt-à-porter* y, como afirmaba la periodista Palmer White, "Balenciaga no tenía ningún interés en las mujeres jóvenes y solteras. Sus diseños estaban enraizados en una sociedad antigua, patricia, católica, compuesta de unos

pocos privilegiados”. A pesar de todo, su última colección, presentada en vísperas de Mayo del 68, y en la que mostraba trajes con *mini-shorts*, fue, como afirma Pauline de Rothschild, “la colección de un hombre muy joven, con todo el conocimiento”.

Pero a Balenciaga no le interesaba ese mundo. “Esta época está caracterizada por la falta de elegancia en las mujeres”, contó a Prudence Glynn en 1971 en la única entrevista concedida a lo largo de su vida. “El mundo que sostenía la Alta Costura ha terminado. La costura real es un lujo que es imposible hacer nunca más”. Reconoció (a la Marquesa de Llanzol, entre otras) que sentía que para él era demasiado tarde para aprender lo que era esencialmente otro oficio. Estaba cansado. Y, en mayo de 1968, sin aviso ninguno, cerró su casa para siempre.

Muchos especialistas afirman que la Alta Costura, que había nacido oficialmente cien años antes, en 1868, murió con el retiro del maestro. Tras su muerte, el 23 de marzo de 1972, la revista *Women Wears Daily* puso en sus titulares: “El Rey ha muerto”.

Conjunto Balenciaga París

El conjunto es una creación de la firma Balenciaga París, realizado en el año 1965 para Rachel “Bunny” Mellon, una de sus mejores clientas.

Rachel Lowe Lambert Mellon (1910), conocida como “Bunny Mellon” fue una rica heredera de una fortuna farmacéutica y esposa del banquero, coleccionista y mecenas Paul Mellon. Filántropa, amante de las artes y de la jardinería, fue asesora en estas materias de Jacqueline Kennedy durante la presidencia de John Fitzgerald Ken-

nedy. A pesar de su intensa actividad pública, Rachel Mellon siempre destacó por su discreción.

El conjunto fue donado al Museo del Traje en 2007 por la propia Sra. Mellon a propuesta del diseñador Hubert de Givenchy. Si bien el Museo cuenta en sus colecciones con un numeroso conjunto de trajes de EISA, los trajes con la firma Balenciaga París son escasos en sus fondos; de ahí el valor de esta prenda.



Rachel Mellon junto a Jacqueline Kennedy a la salida de un concierto en 1961. Agencia Associated Press.

Descripción

El traje está compuesto por dos piezas: un traje largo hasta los pies con leve cola a la espalda y escote tipo barco en el delantero y redondeado en la espalda. El cuerpo está entallado y la falda es recta, con ligeras aberturas en los costados. La parte superior se cubre con una capelina decorada con guarnición de abalorios de plástico imitando el azabache y pasamanería. El conjunto, de gran simplicidad estructural, contrasta con la riqueza del material con el que está realizado, *shantung* de seda, y por su color, el negro.

El uso del color negro es recurrente en la obra de Balenciaga. Sinónimo de elegancia



Conjunto Balenciaga París, 1965. Museo del Traje, Madrid (MT104723)

y estilo, aparece en todas sus colecciones, tanto en modelos de día, como en los de cóctel y noche. Lesley Miller ha visto en el uso del color negro la influencia de los marrones y negros de la tierra española, de los trajes regionales vascos y castellanos y del luto profundo de las viudas españolas. Marie Andrée Jouve apunta a la influencia de los trajes de la corte de Felipe II de los cuadros de Sánchez Coello y Pantoja de la Cruz, reflejo de aquel momento, en el siglo XVI, en el que España lideró el mundo de la moda y los sastres españoles eran reconocidos por paños de cortes y líneas precisas.

El vestido también destaca por detalles que remiten a la “españolidad” de Balenciaga.



Vestido de noche y capa que perteneció a Ava Gardner. SF. Victoria&Albert Museum.

Esta “españolidad” ha estado presente de algún modo desde su primera colección en París, donde tanto la crítica como el público hicieron hincapié en su origen y en el posible exotismo de sus creaciones, cayendo en muchas ocasiones en el estereotipo. Esta interpretación prevaleció a lo largo de toda su carrera, como refleja la introducción del catálogo de la primera exposición dedicada al modista que organizó el Metropolitan Museum of Art en 1973, un año después de su muerte: “Balenciaga era el hijo de un país cargado de estilo, color vibrante y grande historia. Él fue siempre un español y su inspiración venía de las plazas de toros, las bailarinas de flamenco, los pescadores en sus barcas, el frío de los



Vestido de noche y bolero, 1947. Archivos Balenciaga París.

claustros... Y supo coger todos esos modos y colores, adaptándolos a su propio gusto”. Diana Vreeland.

Años más tarde, Jouve anotaba en su libro sobre Balenciaga: “Era como si echase de menos su tierra y encontrara gran placer en la visión familiar de los vestidos con volantes de las bailaoras de Andalucía, los oscuros sombreros de las islas Baleares y los boleros bordados en oro”.

En este caso el uso de la capelina sobre los hombros a modo de complemento remite a una posible inspiración taurina. A pesar de que no era un amante de las corridas de toros, Balenciaga usa con gran frecuencia referencias al mundo del toreo a través de chaquetillas, boleros, vestidos de volantes y mantones de Manila, elementos que integraba tras una progresiva estilización. La combinación de vestidos de noche con boleros fue muy popular.

Los volantes, que crean una discreta cola en la parte trasera, que nos recuerdan a la bata de cola de las bailarinas de flamenco. En muchas de las creaciones de Balenciaga, los vestidos de estilo flamenco aparecen transformados en elegantísimos trajes de noche, como los bellísimos vestidos que creó en los años 50, que eran más cortos por delante que por detrás y tenían una gran cola de pavo real derivada de los vestidos de flamenco.

El conjunto también puede recordarnos a los vestidos de las mujeres de la corte española en el siglo XVI, rígidos, oscuros y sombríos. Se ha hablado mucho de los conocimientos que el modista tenía sobre arte. A pesar de que Bettina Ballard, editora de Vogue, observó con sorpresa, que Balenciaga “sabía muy poco sobre su país o su arte.

Nunca conseguí que me acompañara al Museo del Prado”, la historia del arte español está muy presente en la obra de Balenciaga. Y para Marie-Andrée Jouve, la pintora española (en especial Velázquez, Goya y Zurbarán) es, indudablemente, su fuente principal de su inspiración.

La relación más directa con las obras de Velázquez es visible en el conjunto de vestidos de noche denominados Infanta, que presentó en su colección de invierno de 1939, directamente inspirados en los retratos de la infanta Margarita y sus Meninas, y que fueron muy populares tanto entre las clientas como entre la prensa.

En cuanto a las referencias a Goya, es recurrente el uso que el modista hace de encajes, madroños, flecos o mantillas, claramente tomadas de obras como *La condesa de Carpio*, *La Marquesa de la Solana* (1794-1795), *La Duquesa de Alba con mantilla* (1797), o *La reina María Luisa con mantilla* (1799).

También los vestidos sólidos y la rigidez del drapeado de los hábitos de los monjes de Zurbarán supusieron una gran inspiración, reflejada en los trajes monumentales de gazar de los últimos años.



Vestido de noche con "cola de pavo real", 1958. Archivos Balenciaga París.

Bibliografía

- ARZALLUZ, Miren: *Cristóbal Balenciaga: la forja del Maestro (1895-1936)*. Donostia - San Sebastián. Ed. Nerea, 2010.
- BOWLES, Hamish: *Balenciaga and Spain*. Catálogo de la exposición celebrada en el Young Museum de San Francisco, del 26 de marzo al 4 de julio de 2011. San Francisco. Ed. Fine Arts Museums of San Francisco, 2011.
- JOUVE, Marie-Andrée: *Balenciaga*. Nueva York. Ed. Universe, 1997.
- MILLER, Lesley Ellis: *Cristobal Balenciaga (1895-1972): modisto de modistos*. Barcelona. Ed. Gustavo Pili, 2012.
- VV.AA.: *Balenciaga: Cristóbal Balenciaga Museoa*. Donostia – San Sebastián. Ed. Nerea, 2011.
- VV.AA. *Balenciaga París*. Catálogo de la exposición celebrada en el Musée de la Mode et du Textile de Paris, del 6 de julio de 2006 al 28 de enero de 2007. London. Ed. Pamela Golbin/ Thames & Hudson, 2006.
- *Cristóbal Balenciaga y la Marquesa de Llanzol*. Getaria. Ed. Fundación Cristóbal Balenciaga, 2004.
- WALKER, Myra: *Balenciaga and his legacy: haute couture from the Texas Fashion Collection*. Catálogo de la exposición celebrada en el Meadows Musuem de Dallas, del 4 de febrero al 27 de mayo de 2006. New Haven ; London : Yale University Press ; Dallas : The Meadows Museum, 2006.
- *The World of Balenciaga: an exhibition presented by the Metropolitan Museum of Art: under the auspices of the Government of Spain*. Catálogo de la exposición celebrada en el Metropolitan Museum de Nueva York, del 23 de marzo al 30 de junio de 1973. Nueva York. Ed. Metropolitan Museum of Art, 1973.

MODELO DEL MES DE NOVIEMBRE

MODELO DEL MES. CICLO 2013

En estas breves conferencias, que tendrán lugar en las salas de exposición, se analizará e interpretará un modelo de especial importancia entre los expuestos. A los asistentes se les entregará gratuitamente un cuadernillo con el contenido de la conferencia.

Domingos: 12:30 h.

Duración: 30 min.

Asistencia libre

ENERO: *Tapiz chino, 1775-1800. Colección Mariano Fortuny*
Lucina Llorente

FEBRERO: *Muñeco "Bebé Barcelona", 1914-1925*
Lorena Delgado

MARZO: *Vestido de maja de la infanta Isabel, 1862*
Irene Seco

ABRIL: *Conjunto de Emilio Pucci, 1963*
Juan Gutiérrez

MAYO: *Vestido "Terno filipino" de Lino, 1975*
Concha Herranz

JUNIO:
Abrigo de Mariano Fortuny, ca. 1914-1920
Rodrigo de la Fuente

SEPTIEMBRE:
Traje de sociedad, s. XIX
Margaret Serrano

OCTUBRE: *Salterio doble, 1750*
Elena Vázquez

NOVIEMBRE: *Conjunto Balenciaga París, 1965*
Clara Nchama

DICIEMBRE: *Conjunto de Antonio Alvarado, 1987*
Juan Gutiérrez

Descubre más sobre la programación del Modelo del mes. Si tienes un teléfono compatible, descárgate un lector de códigos QR.



MUSEO DEL TRAJE. CIPE
Avda. Juan de Herrera, 2. Madrid, 28040
Tel. 915504700 Fax. 915504704
Dpto. de Difusión: difusion.mt.@mecd.es
<http://museodeltraje.mcu.es>



/MT104723-24/